

2024

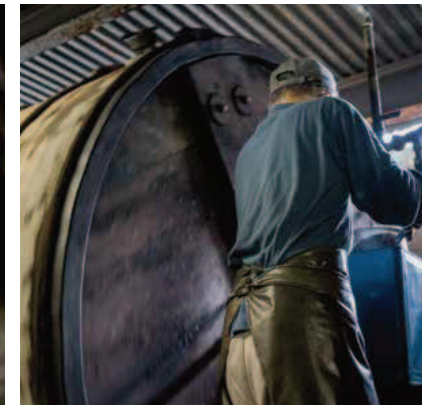
Tokyo Leather
PIGSKIN

東京産のピッグスキン

特集

ピッサ
ツステ
グテナ
スブル
スキン
な素
材

As pigskin has historically been eaten as part of pork in most go the world, Tokyo has been a global leader in pigskin-related technological development, where leather manufacturers have developed novel pigskin items such as softer leather, suede, non-chrome tanned leather, and various finishing methods. Tokyo prides itself on producing and supplying the world-class quality pigskin still today.



TOKYO LEATHER PIGSKIN 2024
東京都／東京製革業産地振興協議会

東京レザーファッションフェア(ビギーズ・スペシャル)に係る
都内皮革製業の広報・宣伝業務

JFW ジャパン・クリエーション 2024

主催：一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構

JFW テキスタイル事業運営委員会

後援：経済産業省、独立行政法人中小企業基盤整備機構、他

産業労働局商工部 経営支援課
2023年10月発行
登録番号(5)47



古紙配合70%の再生紙を使用しています。
環境に配慮したインキを使用しています。

革が創られる街 東京・すみだ

東京産の皮革『ビッグスキン』その多くはスカイツリーのある街『墨田区』で生産されています

- TOKYO LEATHER PIGSKIN 2024 -



Sustainable material pigskin.

特集

サステナブルな素材 ビッグスキン

P.04 ピッグスキンは、人と自然の共生を表現できる素材です
KEIKO NISHIYAMA 西山景子さん インタビュー

P.06 サステナブルファッションとは、自分とファッションとの
付き合い方を考えること
一般社団法人unisteps 理事 マルティンメンド有香さん インタビュー

P.08 暮らしに寄り添う「洗える革」でサステナブルに
トウキョウレザーファクトリー 加藤雅信さん インタビュー

P.10 TLA (Thinking Leather Action)
革にまつわる誤解 日本皮革産業連合会TLA事業

P.12 皮から革へ



国内で自給できる唯一の素材
「ビッグスキン(豚革)」ってご存知ですか？

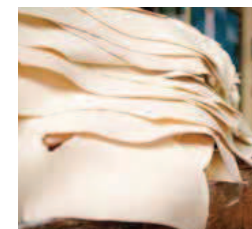
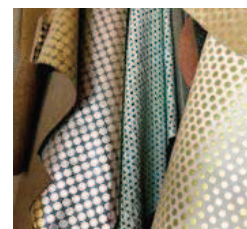
ビッグスキンは
皆さんがいつも食べている豚肉の副産物である
「皮」を活用して作られています。
使わなければ捨てられてしまう部分を
最後まで有効活用した素材です。

このビッグスキンづくりには大量の水が必要なため
荒川、隅田川、旧中川に囲まれ
水辺に恵まれた東京都墨田区を中心にした地域
の工場で作られてきました。

これらの多くの革工場の長年の開発によって
今では、軽くて、丈夫で、使いやすく
色々な表情に加工された革が作られ
身の回りの皮革製品に使われています。

原材料である皮から全て国内で調達できる唯一の素材
東京都内で加工されるビッグスキンは東京の特産品です。

ぜひこの冊子を通じて
ビッグスキン(豚革)を知ってもらい
身近に感じてもらうことを願っています。

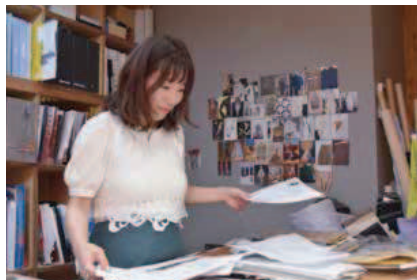




り品種改良がなされたりと、人の手を加えて作られています。その不思議で美しい光景が原体験となり、人と自然が共生し、称えるような作品を作りたいと思つようになりました。それがコレクションを貫くテーマになっています。

——昨年度のビッグスキンファッションショーに参加してみたいかがあったでしょう。テキスタイルとレザーはまた違った素材だと思いますが。

西山… 普段使用している素材も、環境に配慮したシルクのような手触りの再生ポリエステルや、植物由来の再生繊維などが中心です。ビッグスキンを使用するのは初めてでした。皮革は



動物の皮膚であったという点で、テキスタイルとは成り立ちが全く異なりますが、触れてみて、より大切にしたい、無駄にしたいくないという思いを強くしました。

コレクション制作前に、ビッグスキンの工場にも伺いし、生産背景も知ることができました。ビッグスキンが食肉の副産物であり、捨てられるはずだった皮を資源として有効活用しているものであることは、あまり知られていません。そのサステナブルな素材であることを出発点としてコレクションを制作しました。

——ビッグスキンを実際に使ってみてどのように感じられましたか？

Interview

ケイコ ニシヤマ

KEIKO NISHIYAMA

西山 景子さん
インタビュー

『ビッグスキンは、人と自然の共生を表現できる素材です』



KEIKO NISHIYAMA

2023年ビッグスキンファッションショーで華やかなコレクションを発表したKEIKO NISHIYAMA。緻密でありながらもダイナミックな動植物柄を描いてくれました。自然と共生するイギリスの庭園がクリエイションの原点というデザイナーの西山景子さんにビッグスキンのサステナビリティを語ってもらいました。

——西山さんのブランド設立の経緯をお伺いしてもよろしいでしょうか。

西山景子さん…(以下、西山)

2011年にロンドンに渡ってテキスタイルと服作りを学びました。近世ヨーロッパの大航海時代にあつた、美術館の原型である「驚異の部屋 (cabinet of curiosities)」に着想を得て、古い図鑑や百科事典、標本などで目にした自然物などを組み合わせながらモチーフを作り出しています。

品種改良を重ねたような空想の動植物をイメージし、手描きで華やかなプリント柄のテキスタイルをデザインしています。

——花や蝶、昆虫といった自然界の生き物たちが描かれていますが、どこか実在の生物とは違った色や形をしていて不思議な世界に引き込まれます。

こういったイメージはどこから発想されたのでしょうか。

西山… 私のクリエイションの原点は、イギリス留学時代に見た、風景庭園で、18世紀のイギリスでブームとなりました。その庭園は見じて自然らしく見えるのですが、

実際には各国から植物が輸入された



西山… ビッグスキンは、プリントや箔加工、二次・三次加工など、繊細な表現が可能であり、また身体を覆うような立体的なフォルムを形づくれるのは、レザーの持つしなやかさならではだと思います。私自身が描いた動植物のモチーフは、インクジェットプリントでビッグスキンに乗せました。テキスタイルと違って立体物を構成するようなデザインができました。

——今年もビッグファッションショーに参加されると伺いましたが、どんなテーマを考えていらっしゃいますか？

西山… 今回のコレクションでは、ウエディングドレスをレザーで作つたらどうなるだろう、と考えています。大昔の人たちは、絹などは着ていたかもしれないけれど、もっと遊ばたら毛皮や革も使っていたかもしれないし、純白じゃなかったかも…。原初の祝祭の場にはきこく着飾っていたと思うので、その時どんな服を着ていたか想像するとわくわくしますね。

ウエディングドレスを通して、自立した個性ある男女が新しいスタートを迎えるこの儀式的重要性を見直すために、強さと美しさを叶えるフライタルガウンを提案したいです。

——楽しみにしています。ありがとうございます。

SHOP DATA



KEIKO NISHIYAMA

(ケイコニシヤマ)

<https://www.keikonishiyama.com>

株式会社ウテリアスデザイン
杉並区浜田山3-34-17



「5」ファッションロスゼロ「6」持続可能な素材「7」国内生産「8」ケア・リペア・リユース「9」伝統技術の活用「10」寄付・社会貢献

天然皮革はそもそも食肉の副産物であるという事実は、一般消費者の方にはあまり知りません。「副産物。って何？」という若いユーザーの方なども少なくありません。「食肉をとった後に廃棄されるはずだった皮部分を、素材として再利用している」という情報も、より多くの方に広まる必要があると思います。

一方で、革を使っている「人に優しい」とか「土に還る」といった、あいまいな言い方は、実態を伴わないのにあたかも環境に配慮した取り組みをしているように見せかけるグリーンウォッシュに繋がる可能性もあります。海外では曖昧な環境訴求に対して行政指導が入るケースもあり、根拠となるエビデンスが重要になりますし、日本でも今後グリーンウォッシュに対する目が厳しくなっていくことは避けられないでしょう。

あるイベントを企画した際に、「綿花の種をまいた人から、それが布に

皮革とサステナブル

unisteps



Photo: Alex Abian
FASHION REVOLUTION JAPAN
生産者の名前が連なるタグ

なって製品になり、輸送や通関を経て売り場に届くまでの一連の作り手をたどると、という試みを行いました。手がけた人の名前を順番に製品タグに印刷してみたところ、タグが着丈よりも長くなってしまつて(笑)。そのくらい多くの人が、1枚の服に携わっていることに気づきました。

そう考えるとビッグスキンの可能性として、国内で飼育された豚を使い、国内でなめすとという特長があります。アパレル製品の99%は海外から輸入されますが、ビッグスキンはあくまでも国内生産なので、輸送によるCO2排出量が少ないという点が魅力的ですね。「ここで生産され、どのように作られたか」という、「背景のストーリー」を求めるユーザーも増えていきますので、まだまだ多くのポテンシャルを秘めていると思います。

サステナブルファッションの話はどうしても厳しいものに聞こえてしまいがち。「では何を買いなさいの？」と言われることも少なくありません。これは答えのない取り組みなので、「皆さん一人一人の生き方・哲学に合うものは何かを探す」という「ファッションとの付き合い方」がテーマになります。

たとえば「その一着はどこから来たの?」「その素材は誰が作ったの?」という問いを通じて、自分がどうあると心地よいのか、ファッションに求めるものは何か。そんな問いかけを、新しい遊び、として気楽に楽しんでほしいと思います。

PROFILE DATA



マルティンメンド 岡田 有加

パートナーのルイスメンドと運営するクリエイティブレジデンス、Almost Perfectのコファウンダー・女将。大手会計事務所にてM&Aコンサルタントとして勤務したのち起業、サステナブルファッションブランドINHEELSの代表・ディレクターを務める(2011-2019)。現在サステナブルファッションに関する教育やコンサルティングを行うunisteps共同代表理事。

一般社団法人unisteps

(ユニステップス)
<https://unisteps.or.jp/>



Interview

ユニステップス

一般社団法人unisteps

理事
マルティンメンド有加さん
インタビュー



『サステナブルファッションとは、自分とファッションとの付き合い方を考えること』

『多様で、健康的なファッション産業をつくる』をミッションに社会課題に対して取り組むマルティンメンド有加さんに、サステナブルなファッションとは何かお話しを伺いました。

ユニステップスの活動

私は、もともとファッションとサステナビリティーに興味があり、両方を学ぶことができる13年前にロンドンに渡英し、フェアトレードファッションブランドで仕事をしながら、服作りを学びました。その後日本に戻り、エシカルブランド「INHEELS」を立ち上げました。立ち上げた2012年はまだ、今のようにはエシカルやサステナブルはメインストリームではなく黎明期だったこともあり、さまざまな課題に直面。2019年には正直ブランド運営に疲れてしまったのもありますが、他の素晴らしいブランドがたくさんサステナビリティーの取り組みを始めている



築100年近い旧米穀店を、アーティスト・イン・レジデンスにリノベーション

のを見て、前向きな気持ちで一旦ブランドをクロスしました。その後2021年に元々の盟友たちが立ち上げた一般社団法人「ユニステップス」に参加しました。

サステナビリティーは毎年変わるトレンド要素のひとつではなく、何を選ぶか、を考えるための、生活の一部や哲学とも言えます。自分たちの服がどこで、誰が作っているのかを知らないブランドはまだ多い中、ユニステップスではアパレル産業の透明性を高め、健全化するためのサポートを行っています。

分業制となっているファッション業界の中には多くの社会問題があり、そうした課題に対する解決策を10の視点から提示しています。

もちろんすべてを実施すべき、ではなく、多くの視点を持つことでできることを小さな一歩から始められるきっかけにしたいだけだと思います。

「1」フェアトレード「2」生物多様性の配慮「3」適量生産「4」動物福